新媒体环境下我国网剧依托智能技术传播的可能性

张 瑶
（南京艺术学院，江苏 南京 210000）

摘 要：随着新媒体环境的日渐成熟，人们看剧的形式也在发生着变化，网剧成为一些观众首选的一种形式，如何让网剧在新媒体形式下得到有效传播，让网剧的受众范围越来越大，本文从网剧本身特点出发，通过抽样调查法，在网络发放调查问卷，分析新媒体形式下的传播方式和形式的可能性，并结合新技术试分析未来可发展的可能性。

关键词：新媒体；网络剧；互联网；智能技术；网剧传播　　**中图分类号：**G210　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-041-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.011
本文著录格式：张瑶 . 新媒体环境下我国网剧依托智能技术传播的可能性 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：41-42，68.

计算机和互联网的产出为网剧的产生奠定了基础，最早期的网剧产生于美国，1955 年讲述海滨生活的《地点》。[1]2009 年 11 月，土豆网和中影集团联合制作了《Mr. 雷》，中国网剧初见雏形，开始发展。

随着 5G 时代的来临，新媒体的迅猛发展，为网剧的制作和传播带来更多机遇与发展。新媒体平台和渠道的不断拓展，新媒体环境下的网剧传播实现了较大的发展和突破。相比于传播电视剧，新媒体环境下的网剧传播优势不言而喻。

2020年网剧综合指数榜top10

剧名	播映指数	上线日期	类型	豆瓣评分	历史最高热度	累计播放量
《重启之极海听雷》第一季	81.7	2020/7/15	剧情/悬疑	7.4	83.41	/
《龙岭迷窟》	79.2	2020/4/1	悬疑/剧情	8.3	74.54	24.5亿
《爱情公寓5》	79.1	2020/1/12	喜剧/都市	7	87.81	/
《琉璃》	78.9	2020/6/6	古装/奇幻	7.7	77.85	34.7亿
《穿越火线》	78.8	2020/7/21	都市/剧情	8.1	73.96	18.0亿
《三生三世十枕上书》	77.9	2020/1/22	古装/奇幻	6.8	81.47	82.1亿
《鬓边不是海棠红》	76.4	2020/3/20	剧情	8.1	77.38	/
《不完美的她》	75.7	2020/3/27	剧情	6.3	76.51	7.4亿
《隐秘的角落》	74	2020/6/16	悬疑/剧情	8.9	82.89	/
《重启之极海听雷》第二季	73.8	2020/9/13	剧情/悬疑	7.4	81.18	/

数据来源：《电视指南》

1. 新媒体环境下网剧传播优势

在新媒体蓬勃发展的语境下，网剧因自身的传播特点迎合了新媒体的传播方式，另外它建立在网络传播基础上的特性使得网剧的受众范围更广。通过大数据掌握受众心理，更加精准化地迎合观众，迎合时代的文化理念和情感营销，使观众认同感更加强烈。互联网的实效性让网剧的完播率和二次传播更加及时有效，从而实现传播效果的最大化。

1.1　传播平台更广

依托互联网的发展，多种新媒体视频平台的兴起，网剧可实现多平台、多场景化的播放，观众的观影渠道更多，观影更加便捷。观众可以通过便携式的电子设备，比如笔记本、手机、平板等电子工具进行视频观看。在家中电脑上没有看完的剧，可以在坐公交、地铁时继续观看。

1.2　多种类传播

与多剧集的连续剧内容不同，网剧依托新媒体平台，实现了多类型的呈现形式，在内容宣传上实现多平台，精剪辑的内容宣传，并可通过短视频平台进行内容宣传。多平台、多方式、多种类的传播，使得网剧的传播速度和效率更快，传播效果更佳。比如网剧《白夜追凶》，在播放的同时，各个短视频平台会同步上新精简版的悬疑情节短视频，激发观众的猎奇感，从而达到宣传作用。网剧在播放的时候也会在各大公众平台的文字中看到相关的软文内容宣传，让这部网剧的预告形式更多元化，内容更丰富，吸引力更大，从而为这部网剧带来了不错的口碑和流量。

1.3　黏合度更高

随着互联网和视频技术的更新，网剧的创造除了内容的创新，在形式上也在不断的运用新的技术进行探索，依托 VR/AR 技术的不断发展和创新，网剧开始从技术层面进行突破，从而产生了互动网剧。互动网剧的出现使得网剧的内容更加迎合观众的选择，剧情的发展紧密贴合观看者心理，使得内容的认可度更高，观众的黏性更强。网剧《龙岭迷窟之最后的搬山道人》就是尝试运用了互动的形式，让观众自行选择里面的角色道具，是现阶段国内对于互动剧的一次颇具代表性的尝试。





（图片来源于网络截图）

2. 网剧传播策略

网络传播本身借助互联网的力量可以获得传播的实效性，但是对于不同的平台因为定位不同，用户的喜好不同，网剧要想在广阔的新媒体领域获得更多的曝光量和流量就要根据不同新媒体媒介平台特征来进行内容的产出，网剧的传播实现了多形式、多渠道的传播。

2.1　多渠道模式

随着微信、微博、抖音、知乎等新媒体平台的迅速发展，很多网剧运用各个平台的传播特点建立起自身的传播内容，根据平台的粉丝定位和规则，来进行内容分解，将分解的内容投入到现有的大流量粉丝平台，从而达到传播效果的最优化。比如网剧《法医秦明》在播出的时候就运用了微信的软文宣传、微博的话题宣传以及关键画面的短视频剪辑宣传等方式，从各个渠道为剧集造势，也吸引了不同年龄、不同层次的观影群体。

2.2　多平台互通

网络受众并非在一个封闭的空间里获取信息，实际上他们经常处于一个社会化的环境中，受众之间会产生

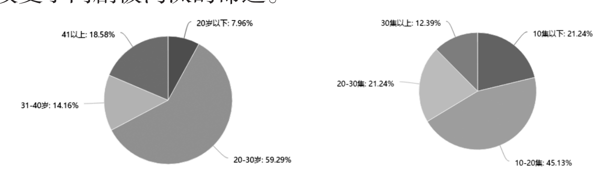
各种各样的联系，他们彼此间容易形成相互的影响。这种连接不仅改变了传播模式，也影响了人们的社会关系。从受众角度看连通性有三个方面的影响，其一受众间的相互影响，可以超越时空，影响程度也往往是较大的，而这意味着信息流和意见流的四通八达，并由此带来控制的困难。这种连通性也意味着一种高度的聚合性，这使得分散隐秘的个人选择外化为一种集体的选择，使弱小的个体意见集成一种强大的集体声音，但这种集体的选择和声音并不同于民意，他们也并非总是理性的，并非总是带来积极的效果。[2] 在网剧的弹幕评论和留言就可以看出不同“阵营”观众的观点，并会产生不同阵营的评论，在观影的同时得到信息的交流，使得观影感受的碰撞更加激烈，观众参与度更高。

2.3 多领域开放

网络传播开放性的微观表现是传播过程的开放性，从时间上看与传统媒体相比，网络可以全天候的处于信息发布的状态，最新的评论和消息都具有可视化、透明度高的开放性，和受到出版周期播出时段等限制的传统媒体形成鲜明的对比，网络传播过程的各个要素与环节都处于开放状态。[3] 在政策和监管的规范下，网剧的质量也不断在提升。网剧顺应网络传播的开放性，能够实时地播放弹幕和呈现出评论，配合观众的观影喜好，互动领域发展良好。比如互动网剧《他的微笑》，观众看剧的时候，可以假设自己是女主，屏幕底下会出现剧情桥段的选择。可以通过这个不同的选择，剧情会有不一样的发展，也可以选择和不同的男主发展感情。一共有21个选择、17种结局。让观众在观影的同时实时参与到剧情中，能够更加真实的感受剧情，体会角色感受，从而提升观影者对剧情的感知能力。

2.4 多层次共赏

网剧的传播更多依赖于效果和影响产生和波及的过程，网络用户的口碑会影响到网剧的播放流量，也会影响接下来网剧创作的选题和内容。在笔者发放110份调查问卷中，喜欢收看网剧的受众年龄大多集中在20–30岁之间。45.13%的观众都偏好10–20集的短剧。以青年观众为收视主体，受众的收视习惯在发生变化。受众由“被动灌输”转变为主动的观看者。现代观众都生活在一个快节奏时代里，网络短剧正好符合人们的碎片化观看习惯，同时也满足了受众娱乐休闲的需求。观众对于网剧的审美需求也同步提高，网络自制剧呈现出后现代主义美学与青年亚文化的特点，即边缘性、颠覆性、批判性。如今许多网络剧呈现出的“爽感”顺应了现代观众的期待视界与审美心理，改变了网剧被淘汰的命运。



（来源：问卷调查结果）

3. 从观众出发探讨网剧传播的可能性方式

在新媒体的环境中，作为用户的个人起到重要的作用，传播网络中的个体化节点，也是新媒体新的传播结构中的基本单元，每个个体都是信息的生产者、传播者和消费者。

用户可通过自己的账号来发布相关信息，尽管自媒体的内容生产多数是非制度化的，有时也是碎片的、随意的，但是新媒体赋予了个体自我表达的权利。每个个体贡献的内容，也影响着整个内容生态。[4] 网剧的传播更多时候需要依赖于信息的生产者，这部分评论的信息生产者就是观众，无论弹幕还是评论还是转发到别的自媒体平台，观众所有评论的信息对网剧的传播起到了至关重要的作用。

在信息流动中，每个观众都扮演着开关和“中继器”的角色。对于符合自己需要的内容，个体会选择转发，这就打开了开关和中继器，推动信息的放大与扩散。在这种个体节点的自发接力的传播中，还会有意见领袖自组织机制的作用。网剧的好坏都会促使观众在观影之后产生不同的心理感受，部分观众会把这种感受通过文字，短视频等方式发布在互联网上。每个人的观点是不同的，但是都会产生正方和反方两个方面，这种阵营式的观点对抗也是话题产生的基础，使得网剧的内容在网络进行更广泛的蔓延，起到了一定的传播作用。

在个体化节点里，用户往往足不出户便能获得来自自媒体或他人的信息，这是因为他们的社交关系扮演了信息源的角色，即使用户不使用任何资讯客户端，他们也可能在朋友圈或者其他交流平台获取丰富的信息。当然很多时候，当信息不能完全满足他们的需求时，他们会主动出击去寻找更多自己需要的内容。网剧除了内容的产出会带来传播的效果，很多流量不错的网剧带动其他产业的发展，很多网剧为平台自制剧，需要付费观看，好的网剧除了会带来好的口碑对于平台的付费行为也会起到一定的促进作用。除此之外，偶像艺人带来的粉丝线下消费也是信息消费的一种，网剧会产生一些延伸产品，比如手办，书签等产品，从而实现内容的转化。

在新媒体传播日渐成熟的今天，技术的演进也为新媒体内容的传播带来了新的可能性，随着5G技术、人工智能技术的不断完善和发展，技术在丰富互联网功能的同时，也在丰富和发展人的连接形式，这种沟通连接方式给网剧带来更便捷和多样化的创作可能性。

3.1 提升连接效率，实现无障碍沟通

互联网的发展，让人类的通讯实现了实时沟通，现在的网剧在实时沟通上也呈现出多样形式，比如弹幕、留言等形式。未来的智能翻译等技术将进一步提升连接的效率。智能翻译的应用领域虽不局限于人，但是主要应用方向应该是人与人的沟通。使用不同语言的用户间的连接与交互将出现一种无障碍界面，为打破观众在观看网剧时的语言交流壁垒提供了可能性。[5] 另外，智能翻译也可以根据内容实时翻译剧情，结合角色本身的音色和音质，进行多样转化，为突破地域、国别限制的关系网扩张提供了可能性。网剧语言种类的可选择性，让部分因语言受限制的人群有了更多的观影可能性，也增加了剧情的趣味性。

（下转第68页）